

OBJEKTIVIKASI PEREMPUAN DALAM MAJALAH PRIA DEWASA *(Analisis Semoiotika Foto pada Majalah For Him Magazine Indonesia)*

Annisa Arum Putri¹

ABSTRAKSI

Majalah merupakan media massa yang kini hadir sesuai dengan segmentasi pembacanya. Salah satunya adalah ‘For Him Magazine’ (FHM) Indonesia, yang merupakan majalah dengan segmentasi pembaca pria dewasa. FHM Indonesia pada setiap edisinya menampilkan foto-foto perempuan dengan menonjolkan sisi sensualitasnya. Jika dicermati secara kritis, perempuan dalam majalah ini dijadikan objek. Lantas bagaimana bentuk-bentuk objektivikasi perempuan dalam majalah ini dan apa ideologi yang tersembunyi yang melatarbelakanginya?

Penelitian ini bertujuan untuk melihat posisi perempuan sebagai objek dalam majalah FHM Indonesia melalui foto-foto perempuan yang terdapat di dalamnya dan menjelaskan ideologi dominan yang melatarbelakanginya. Teori yang digunakan adalah teori *standpoint* dan teori feminis radikal kultural. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis semiotika Roland Barthes, yaitu dengan analisis leksia dan lima kode pembacaan.

Temuan dalam penelitian ini adalah pada majalah FHM Indonesia terdapat dualitas objektivikasi seksual perempuan. Pertama, perempuan dijadikan “objek santapan” atau komodifikasi seksual yakni perempuan dan nilai seksualitasnya dijadikan komoditas yang dijual pada pembaca majalah ini. Kedua, perempuan dijadikan “objek tatapan” atau objek hasrat seksual laki-laki pembaca majalah ini. Objektivikasi perempuan dalam majalah ini dilatarbelakangi oleh ideologi patriarki, dimana laki-laki memiliki posisi yang lebih berkuasa sehingga dapat melakukan kontrol seksualitas pada perempuan. Praktik objektivikasi perempuan agaknya disadari oleh masyarakat, namun praktik ini masih dianggap alami dan seolah dibiarkan saja.

Kata kunci : majalah pria dewasa, objektivikasi, perempuan,

¹ Penulis merupakan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro
annisaarumputri@gmail.com

OBJECTIFICATION OF WOMEN IN MEN'S MAGAZINES (*Semiotic Analysis Photos on the For Him Magazine Indonesia*)

Annisa Arum Putri

ABSTRACT

Magazine was one of the mass media that present in accordance with the intended audience segmentation. One of them was For Him Magazine (FHM) Indonesia, which was the magazine with the adult male readership segmentation. FHM Indonesia, on each publication, features pictures of women with accentuated their sensuality side.

In critically observed, women in this magazine became an object. Hence, what were the manifestations of women objectification in this magazine and what were the hidden dominant ideology that exist in this situation?

The purpose of this study was to see the position of women as objects in FHM Indonesia through photographs of women contained in it and explain the background ideology of it. This study used standpoint theory and radical cultural feminist theory. The method in this study was semiotic analysis by Roland Barthes, include the lexias analysis and five major codes.

The results of this research was there was duality of sexual objectification of women on FHM magazine Indonesia. First, commodification of women and their sensuality. The women became commodity which was sold on readers. Second, the women became object of sexual desire male readers of this magazine. Objectification of women in the FHM Indonesia distributed by patriarchal ideology, where men had a more powerful position, so they can control women including their sexuality. The practice of objectification of women presumably realized by the public, but the practice was still considered to be natural and seemed to be left alone.

Key words: men's magazine, objectification, women

1. Pendahuluan

Konten majalah hadir mengikuti segmentasi pembacanya. Demikian pula dengan majalah For Him Magazine (FHM) Indonesia yang menjadi fokus bahasan penelitian ini. Konten majalah ini mengikuti segmentasi pembaca pria dewasa, yakni seputar *gadget*, gaya hidup, pengetahuan, karier, seks, dan perempuan. Namun, di dalamnya, FHM Indonesia menampilkan foto-foto perempuan berbusana minim dan artikel-artikel yang menngarah pada sensualitas dari perempuan.

Perempuan dalam majalah ini adalah komoditas yang disajikan bagi pembacanya yang merupakan laki-laki dewasa berusia 21 tahun ke atas. Foto-foto perempuan berbusana minim merupakan bagian dari objektivikasi perempuan. Objektivikasi terjadi ketika seseorang melalui sarana-sarana sosial direndahkan derajatnya, dijadikan benda atau komoditas, dibeli atau dijual (Syarifah, 2006: 153).

Laki-laki menonton perempuan dan perempuan disajikan sedemikian rupa untuk kesenangan laki-laki. Hal ini mengindikasikan bahwa wanita adalah pihak inferioritas sedangkan pria ada di posisi superior. Kondisi ini berbenturan dengan apa yang tertuang dalam pasal 5 (a) UU Nomor 7 Tahun 1984 tentang Pengesahan Konvensi Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi terhadap Wanita disebutkan: “Negara-negara peserta wajib melakukan langkah-tindak yang tepat untuk mengubah pola tingkah laku sosial budaya pria dan wanita dengan maksud untuk mencapai penghapusan-penghapusan prasangka dan kebiasaan dan segala praktek lainnya yang berdasarkan atas inferioritas atau superioritas salah satu jenis kelamin atau berdasar peranan stereotip bagi pria dan wanita”. Secara garis besar, penelitian ini bertujuan

untuk melihat posisi perempuan sebagai objek dalam majalah ini dan menjelaskan ideologi dominan yang melatarbelakanginya.

2. Metoda

Tipe penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta menggunakan metode analisis semiotika milik Roland Barthes, yakni analisis sintagmatik melalui analisis leksia dan analisis paradigmatis melalui lima kode pembacaan. Lima kode pembacaan tersebut adalah kode hermeneutika, kode proairetik, kode simbolik, kode kultural, dan kode semik. Unit analisis dalam penelitian ini adalah: FHM Indonesia Mei 2011 halaman 44 dan 46, FHM Indonesia April 2011 halaman 46 dan 42, dan foto dengan subjek bernama Sitha Destya pada FHM Indonesia Januari 2012.

3. Hasil Penelitian

3.1 Analisis Sintagmatik

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, semua unit analisis menggunakan konsep *glamour photography*, yang menurut Pegram (2008: 90-93) adalah konsep fotografi yang memfokuskan pada keindahan tubuh subjek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa foto-foto yang terdapat pada majalah FHM Indonesia di berbagai edisi memiliki fokus untuk menonjolkan keindahan tubuh subjek semata.

3.2 Analisis Paradigmatik: Adanya Objektivikasi Perempuan dalam Majalah FHM Indonesia

3.2.1 Kode Hermeneutika

Kode hermeneutika pertama dari teknik pengambilan gambar. Berdasarkan teknik pengambilan gambar yang digunakan dapat memperlihatkan detail subjek seperti

lekukan tubuh subjek, detail kostum subjek, ekspresi subjek, dan setting foto.

Kode hermeneutika kedua yang muncul selanjutnya adalah pose subjek. Gestur-gestur yang ditampilkan oleh subjek dalam majalah ini banyak diantaranya yang tergolong dalam isyarat-isyarat yang menggoda laki-laki. Kemudian dari aspek kostum, subjek pada kelima unit analisis dalam penelitian ini semuanya diarahkan untuk menggunakan kostum tertentu oleh majalah ini. Hal ini terlihat dari keterangan foto yang menyebutkan bahwa terdapat pengarah kostum dalam foto ini. Selanjutnya, kostum yang banyak digunakan adalah bra. Kemudian asesoris yang sering ditemukan adalah sepatu hak tinggi.

Menurut Danesi (2012: 216), dalam representasi seksual pakaian memainkan peranan sentral dalam menekankan seksualitas. Sehingga disini bra dan celana dalam yang dikenakan subjek dapat dipahami sebagai penegasan seksualitas perempuan yang dapat merangsang laki-laki secara visual. Secara keseluruhan, perempuan pada unit-unit analisis di atas digambarkan sebagai sosok yang sensual dan berusaha mengundang gairah pembaca.

3.2.2 Kode Proairetik

Hasil dari analisis kode proairetik menyebutkan bahwa pada foto-foto kelima unit analisis penelitian ini, terdapat 3 jenis implikasi yang tidak berpihak pada perempuan yang berada di dalamnya

Implikasi pertama yang muncul adalah eksploitasi bagian tubuh subjek dan kualitas fisik subjek. Kemudian implikasi kedua dari tindakan-tindakan pada kelima unit analisis ini adalah merupakan lanjutan dari implikasi pertama, dimana eksploitasi tubuh subjek dapat berlanjut pada memunculkan fantasi erotis bagi laki-laki atau

memberikan rangsangan secara visual bagi laki-laki.

Implikasi ketiga yang kemudian berkaitan dengan perempuan dalam foto ini adalah ia dapat dipersepsikan sebagai perempuan “tidak baik”. Menunjukkan hasrat seksual atau bahkan pengalaman seksual ini berarti menjebloskan diri perempuan itu sendiri ke dalam kategori “perempuan jalang”. (Prabasmoro, 2006:53).

3.2.3 Kode Simbolik

Kesimpulan dari kode simbolik yang ditelaah dalam kelima unit analisis di atas adalah terdapat simbol-simbol yang menyatakan bahwa perempuan adalah objek seksual bagi pembaca laki-laki majalah FHM Indonesia.

Pada akhirnya, simbol-simbol perempuan yang ada merujuk kepada suatu simbol dominan yaitu simbol dominasi laki-laki. Perempuan ini diarahkan oleh majalah ini untuk menarik di mata laki-laki dan merangsang secara visual bagi laki-laki. Kostum seksi yang digunakan, pose yang merangsang hasrat seksual, kemudian bagian-bagian tubuh subjek yang ditonjolkan, kesemuanya itu diarahkan mengikuti selera atau kesukaan laki-laki.

3.2.4 Kode Kultural

Setelah menganalisis kode kultural dari masing-masing unit analisis dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa lima foto yang diambil dalam majalah FHM Indonesia tidak mencerminkan kultur Indonesia. Kesimpulan ini didasarkan pada dua aspek yang dianggap mampu mengarahkan peneliti pada kode kultural tersembunyi, yakni kostum subjek dan pose subjek.

Kostum subjek secara eksplisit dapat dikatakan terbuka atau memamerkan bagian-bagian tubuh tertentu dan menonjolkan kecantikannya. Keadaan ini tentu tidak

sesuai dengan kultur masyarakat Indonesia dimana dijelaskan Hidayana (2013: 60) dalam Jurnal Perempuan No.77 bahwa perempuan yang berpakaian mengumbar aurat, terbuka, dan seksi dapat diberi label perempuan ‘tidak baik’. Dengan begitu, subjek sebagai perempuan Indonesia yang tampak mengenakan pakaian yang ‘terbuka’ dapat dianggap sebagai ‘perempuan tidak baik’.

Tidak hanya itu, perempuan dalam kelima unit analisis ini terlihat mengekspresikan seksualitasnya melalui beberapa bentuk gestur dan ekspresi yang diterjemahkan menjadi isyarat-isyarat merangsang laki-laki. Keadaan ini bertolak belakang dengan kultur masyarakat Indonesia. Perempuan dituntut untuk membendung dan mengontrol hasrat seksualnya. Setiap gerak tubuh perempuan seperti kerling mata, senyuman, cara duduk, dan lainnya selalu diawasi dengan ketat (Hidayana, 2013: 61).

Perempuan yang menjadi subjek foto memang perempuan Indonesia, namun bagaimana majalah ini merepresentasikannya jelas bukan menggunakan kultur Indonesia. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perempuan Indonesia pada majalah waralaba asal Britania Raya ini dikonstruksi menggunakan kultur barat.

3.2.5 Kode Semik

Setelah melakukan analisis pada kelima foto yang menjadi unit analisis penelitian ini, penulis melihat bahwa perempuan yang menjadi subjek foto dalam majalah FHM Indonesia digambarkan sebagai objek seksual bagi pembacanya yang merupakan laki-laki. Dengan begitu FHM Indonesia turut melanggengkan mitos bahwa perempuan adalah objek seksual bagi laki-laki.

Pada saat pembaca laki-laki melihat foto-foto ini maka terjadi sebuah alur yakni: memandang foto secara keseluruhan, mengidentifikasi aspek-aspek yang ada dalam foto, memandang bagian-bagian tubuh subjek sekaligus nilai-nilai sensualitasnya (berupa kualitas fisik, pose, dan lainnya), kemudian terjadi stimulasi seksual. Dengan begitu, terciptalah suatu konsep dimana perempuan dalam majalah ini adalah objek 'tatapan' laki-laki dan laki-laki adalah subjek atau pelaku 'tatapan'. Konsep ini meminjam konsep Laura Mulvey, bahwa perempuan dipajang sebagai objek seksual yang berfungsi secara simultan bagi khalayak laki-laki yang dapat memperoleh kepuasan scopophilis dari kehadiran mereka.

4. Pembahasan

Gambaran perempuan dalam foto-foto yang ada pada majalah FHM Indonesia ini merupakan perwujudan dari objektivikasi perempuan. Terkait dengan objektivikasi, Star menguraikannya sebagai berikut:

Objektivikasi adalah analisis yang digunakan untuk menjelaskan perlakuan-perlakuan terhadap perempuan (seringkali citra perempuan) yang mereduksi kaum perempuan menjadi pasif dan objek gender (hasrat, eksploitasi, siksaan) daripada menampilkan perempuan sebagai subjek manusia seutuhnya. Gagasan yang berhubungan dengan objektivikasi antara lain: tatapan (*gaze*), stereotip, komodifikasi, tontonan (*spectatorship*), dan pembelajaran peran-peran gender (Sunarto, 2009:163).

Pada lima foto yang dianalisis terdapat indikasi adanya dualitas objektivikasi perempuan, dimana perempuan dijadikan "santapan" dan "tatapan" pada majalah FHM Indonesia. "Santapan" disini merujuk pada posisi perempuan sebagai objek komodifikasi yang dijual oleh FHM Indonesia kepada pembaca laki-laki. Kemudian "tatapan" yang merujuk pada posisi perempuan sebagai objek seksual bagi pembaca laki-laki.

Pada tahapan pertama, perempuan dalam majalah ini dijadikan sebagai “objek santapan“, dimana perempuan dijadikan komoditas yang dijual kepada para pembaca. Hal ini merupakan perwujudan dari gagasan dalam objektivikasi yang diutarakan diatas, yakni komodifikasi perempuan. Majalah FHM Indonesia adalah majalah dengan segmentasi pembaca utama laki-laki dewasa atau berusia 21 ke atas, atau yang dikenal sebagai ‘majalah pria dewasa’.

Kemudian berbicara mengenai motif media dengan tema seperti ini. Hal ini pernah dideskripsikan Yasraf Amir Pilliang bahwa penggunaan unsur seks dan sensualitas di dalam berbagai media akibat diterapkannya prinsip ‘*Libidinal Economy*’ atau merangsang hasrat setiap konsumen melalui strategi sensual komoditas (Syarifah, 2006: 7). Perempuan merupakan hal yang disukai laki-laki, majalah pria dewasa kemudian mengusung tema sensualitas untuk meraup lebih banyak keuntungan dari pembaca laki-laki yang menghasrati perempuan sensual.

Kedua, perempuan dalam majalah ini dijadikan sebagai “objek tatapan“ yang merujuk pada posisi perempuan sebagai objek hasrat seksual bagi pembaca laki-laki. Subjek pada foto-foto ini dikonstruksi sedemikian rupa agar sesuai dengan kesenangan pandang laki-laki, kemudian ia diharapkan dapat memberikan kepuasan seksual bagi laki-laki dengan cara melambungkan fantasi-fantasi erotis setelah melihat foto-foto ini. Dengan begitu hal ini sesuai dengan gagasan objektivikasi yakni: tatapan (*gaze*). dimana perempuan adalah objek ‘tatapan’ laki-laki dan laki-laki adalah subjek atau pelaku ‘tatapan’.

Namun terdapat temuan yang menarik disini. perempuan dalam kelima foto ini juga terlihat secara aktif mengekspresikan seksualitasnya dalam berpose. Penulis

menyimpulkan bahwa perempuan dalam foto ini merupakan objek seksual aktif, yang berarti suatu kondisi dimana perempuan dalam majalah ini dikonstruksi sedemikian rupa agar sesuai dengan *male gaze*, kemudian ia diharapkan dapat memberikan kepuasan seksual bagi laki-laki dengan cara melambungkan fantasi-fantasi erotis setelah melihat foto-foto ini. Namun ia sendiri tidak bersifat pasif, melainkan memiliki keterlibatan aktif dimana ia terlihat secara sadar melakukan pose-pose yang kerap disebut “pose syur”.

Terdapat suatu pola dimana semua berpusat pada pembaca laki-laki, termasuk pendefinisian seksualitas perempuan yang ada dalam majalah ini. Prabasmoro (2006: 293) menyebutnya dengan pemusatan seksualitas pada seksualitas laki-laki menyebabkan seksualitas perempuan dimaknai dan ditandai sebagai sesuatu untuk seksualitas laki-laki .

Laki-laki terkesan superior dan perempuan sebagai pihak dibawahnya. Hal ini yang kemudian sejalan dengan konsep penting teori *standpoint*, bahwa pengetahuan yang dimiliki seseorang bergantung pada konteks dan keadaan tertentu dimana perbedaan lokasi dalam kedudukan sosial akan menghasilkan *standpoint* yang berbeda, tergantung dari pengalaman masing-masing.

Melalui posisi superior, laki-laki dapat melanggengkan kekuasaannya atas seksualitas perempuan. Salah satu bentuk kontrol laki-laki dalam seksualitas perempuan adalah objektivikasi seksual, yaitu perlakuan-perlakuan yang mereduksi kaum perempuan menjadi pasif dan objek gender (hasrat, eksploitasi, siksaan) daripada menampilkan perempuan sebagai subjek manusia seutuhnya (Sunarto, 2009:163). Namun perempuan yang berada di posisi marjinal hanya bisa mengikuti

sudut pandang bentukan laki-laki bahkan terlibat aktif agar biasa diterima di lingkungan sosial. Feminis radikal kultural memandang bahwa objektifikasi seksual dimana laki-laki sebagai subjek dan perempuan sebagai objek merupakan suatu bentuk opresi seksualitas.

Objektivikasi perempuan dalam majalah FHM Indonesia terjadi karena adanya ideologi besar yang tersembunyi di dalamnya, yakni patriarki yang dianut oleh majalah ini dan masyarakat pada umumnya. Sistem patriarki yang ada dalam masyarakat menentukan nilai-nilai terhadap perempuan.

Patriarkisme menurut Bhasin (dalam Sunarto, 2009: 38), merupakan suatu pandangan yang menempatkan kaum laki-laki lebih berkuasa dibanding kaum perempuan. Pada penerapannya, seperti yang dijelaskan Soemandoyo (1999: 63) posisi laki-laki yang lebih dominan, lebih menentukan. Sedangkan posisi perempuan yang sub-ordinat, dalam beberapa hal, ditentukan dan dikuasai oleh laki-laki. Sistem patriarki yang ada dalam masyarakat menentukan nilai-nilai terhadap perempuan. Keberadaan perempuan dalam masyarakat dilihat dari perspektif laki-laki.

5. Penutup

5.1 Simpulan

Pada majalah FHM Indonesia terdapat dualitas objektifikasi perempuan. Objektifikasi perempuan yang terjadi dalam majalah FHM Indonesia terdiri dari 2 poin. Pada tahapan pertama, perempuan dalam majalah ini dijadikan “objek santapan” atau komoditas yang dijual kepada para pembaca. Ini merupakan perwujudan dari salah satu gagasan dalam objektifikasi, yakni komodifikasi seksual perempuan. Majalah ini mengusung tema sensualitas perempuan untuk meraup keuntungan dari

pembaca laki-laki. Kedua, perempuan dalam majalah ini dijadikan “objek tatapan” atau objek hasrat seksual bagi pembaca laki-laki. Perempuan pada foto-foto ini dikonstruksi sedemikian rupa agar sesuai dengan kesenangan pandang laki-laki, kemudian ia diharapkan dapat memberikan kepuasan seksual bagi laki-laki dengan cara melambungkan fantasi-fantasi erotis setelah melihat foto-foto ini. Dengan begitu hal ini sesuai dengan gagasan objektivikasi yakni: tatapan (*gaze*).

Objektivikasi perempuan berkaitan dengan struktur yang tanpa disadari telah lama tertanam di masyarakat yakni dominasi laki-laki. Sistem patriarki yang ada dalam masyarakat menentukan nilai-nilai terhadap perempuan. Keberadaan perempuan dalam masyarakat dilihat dari perspektif laki-laki.

5.2 Rekomendasi

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan atau referensi bagi peneliti-peneliti lainnya untuk dilakukannya penelitian yang lebih lanjut, detail dan komprehensif tentang objektivikasi perempuan. Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberi pemahaman bagi para praktisi industri media massa, mengenai ketimpangan relasi gender yang terjadi melalui penggambaran perempuan dalam media massa khususnya majalah. Para praktisi diharapkan dapat memperhatikan kepentingan kaum perempuan agar dapat melakukan pemberitaan atau penggambaran yang layak dan berimbang mengenai perempuan. Dengan demikian, tidak semakin mengecilkan posisi perempuan dalam struktur masyarakat.

Secara sosial, penelitian ini berusaha mengungkap objektivikasi yang dialami perempuan dalam masyarakat sebagai implikasi dari ideologi dominan patriarki. Khalayak diharapkan dapat berpikir kritis dan terus mempertanyakan ketimpangan

yang terjadi pada perempuan, sebagai berbagai bentuk diskriminasi yang dialami perempuan dalam masyarakat. Sehingga terwujudnya masyarakat yang berkeadilan gender.

6. Daftar Rujukan

Sumber Buku:

- Barthes, Roland. (2010). *Imaji, Musik, dan Teks*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Brooks, Ann. (2011). *Posfeminisme & Cultural Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Budiman, Kris. (2011). *Semiotika Visual: Konsep, Isi, dan Problem Ikonitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Danesi, Marcel. (2012). *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Ibrahim, Idi Subandy, (2011), *Kritik Budaya Komunikasi*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Kurniawan, Heru. (2009). *Sastra Anak: dalam Kajian Strukturalisme, Sosiologi, Semiotika, hingga Penulisan Kreatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Pegram, Billy. (2008). *Posing Techniques: For Photographing Model Portfolios*. New York: Amherst Media.
- Prabasmoro, Aquarini Priyatna. (2006). *Kajian Budaya Feminis: Tubuh, Sastra dan Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Soemandoyo, Priyo. (1999). *Wacana Gender dan Layar Televisi: Studi Perempuan dalam Pemberitaan Televisi Swasta*, Jakarta, Yayasan Galang.
- Sunarto. (2009). *Televisi, Kekerasan dan Perempuan*. Jakarta: Kompas
- Syarifah. (2006). *Kebertubuhan Perempuan dalam Pornografi*. Jakarta: Yayasan Kota Kita.

Sumber Jurnal

- Apsari, Diani. (2010). "Visualisasi Wanita Indonesia dalam Majalah Pria Dewasa". *Wimba Jurnal Komunikasi Visual dan Multimedia Vol. 2 No. 1*: hal 65-79.
- Hidayana, Irwan. M. (2013, Mei). "Budaya Seksual dan Dominasi Laki-Laki dalam Perikehidupan Seksual Perempuan". *Jurnal Perempuan Edisi 77 Vol.18. No.2*: hal 57-67.
- Muhammad, Husein. (2013, Mei). "Bukan Soal Tubuh tetapi Ruh". *Jurnal Perempuan Edisi 77 Vol.18. No.2*: hal 103-115.